

Човеколюбив
бизнес

50 месеца без пълно
възстановяване

Визуални
манипулации

Всезнаещият
разум

PRO
КУЛИНАРНО
ПРИЛОЖЕНИЕ

МЕНИДЖЪРЪ

БРОЙ 5 (175), МАЙ 2013. ЦЕНА 5 ЛВ. WWW.MANAGER.BG

МЕНИДЖЪР ♥ ПРИРОДАТА

**СТАРТИРА
КОНКУРСЪТ
„МЕНИДЖЪР НА
ГОДИНАТА 2013“**

**В ИМЕТО
НА БРАНДА**

**ЗАПЛАТИТЕ НА
ТЪРГОВЦИТЕ**

**Калин
Пешов**

**ОТ „ГЛАВБОЛГАРСТРОЙ“:
Добрите кадри изискват
специално отглеждане**



ТЕМА ДИГИТАЛНИЯТ МАРКЕТИНГ

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

www.biblio.bg



БРОЙ 5



30 **Тема** Дигиталният маркетинг

56 10 000 часа работа оставам го успеха

76 Визуални манипулации

92 Нашият частен космически бизнес

10 АСЦЕНТ

12 Стартира "Мениджър на годината"

14 "Делойт България" развива методологията на конкурса

16 Човеколюбив бизнес - **интервю** с **Мартин Заимов**

18 Истината и свободата са капризни любовници

20 Актив в баланса - **интервю** с **министър Юлиан Попов**

22 Там, където жените работят, няма криза

26 Е-България

28 Журналистика не на мястото си

30 **ТЕМА** Дигиталният маркетинг

43 MANAGEMENT

44 **Калин Пешов:** Добрите кадри изискват специално отглеждане

50 Бизнес в 360 секунди

52 Заплатите на търговците

54 Добрият и лошият

56 10 000 часа работа оставам го успеха - **интервю** с **Малкълм Глауел**

58 Бъркли е най-гобият сържавен университет в света

60 Преди и след първия милион

62 Ще те носят на ръце

64 Книги

66 Открит характер

67 MARKETING

68 В името на бранда

72 Трудът не работи. Трудът работи

76 Визуални манипулации

78 Полетът на мечтите

80 Какво искат рекламодателите

83 ECONOMY

84 50 месеца без пълно възстановяване

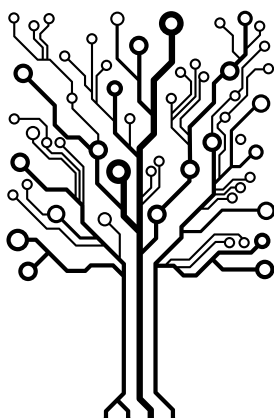
88 Райски места за предприемачи

90 Живот по германски и по български

БРОЙ 5



100 Адвокатите на богатите



107 ИТ решения за бизнеса



138 От морето с любов



156 Усецане за Рагина

92 Нашият частен космически бизнес

94 Митът за боба

96 Убедихме много хора да мислят дългосрочно

98 Siemens и иновациите

99 **GLOBUS**

100 Адвокатите на богатите

104 Работещата колекция на Рахми Коч

107 **ИТ РЕШЕНИЯ ЗА БИЗНЕСА**

108 За ползите от технологиите

112 SAP мобилни решения за бизнеса

114 Изборът на партньор е ключов при внедряването на ERP система

116 Интелигентно решение за малки и средни фирми

118 Инвестицията в ИТ инфраструктура носи спокойствие и конкурентни предимства

120 ИТ стават комунални услуги

123 **SCI-TECH**

124 Всезнаещият разум

126 Как да продавате чрез Facebook онлайн магазин

128 Красивата усмивка не е само по наследство

129 **PRO**

130 Експерименталният коктейл клуб

134 Шишче по японски

138 От морето с любов

144 Доверието към компанията и марката "Тандем" е най-високата ценност, която отстояваме и искаме да пазим винаги

146 Свежо, вкусно, изгодно

148 Вкусът на живота

150 Звездната колекция на Glenmorangie

151 **MODERNITY**

156 Усецане за Рагина

160 Светът е голям и екстремни спортове дебнат отвсякъде

164 Да бъдеш Великият Гетсби - **интервю** с Леонардо ди Каприо

168 Софийски разкази

170 Комикс

Хората в България имат нужда от примера на най-добрите. Когато той става по-широко известен, когато се разказват истинските истории за успеха, може би ще добием малко повече самочувствие, че можем да се справяме, че можем да станем много успешна нация



"Мениджър на годината" -

През май обявяваме старта на шестия поред конкурс "Мениджър на годината" - 2013, чиято кулминация ще е в края на октомври в Националната опера. Тогава ще е заключителната церемония и ще стане известно името на победителя, а стигналите до финала ще получат своите отличия. Призоваваме всички мениджъри, които имат високи резултати през 2012 г., да участват в конкурса. Много се надяваме, че отново ръководителите на най-успешните компании в България ще се включат в това честно и оспорвано състезание.

Защо лидерите на бизнеса трябва да участват в "Мениджър на годината"?

Преди всичко, за да станат публично известни добрите им резултати, които те постигнаха в една много трудна година. Трябва с огорчение да кажем, че в общото публично говорене в кризата много повече внимание се обръща на проблемите, на загубите и спаговете. Картината е предимно в тъмни краски.

Да, но това не е цялата истина за бизнеса в Бъл-

гария. И в най-тежките времена има компании, които се справят много добре, които развиват производството, излизат на нови пазари, назначават хора, постигат забележителни резултати. И всичко това се случва тук, въпреки кризата, напук на кризата. Ако всички знаят и тези положителни факти, може би поне малко по-ведро ще гледат на ситуацията в страната, ще са по-уверени, че и у нас може да се успява.

Хората в България имат нужда от примера на най-добрите. Когато той става по-широко известен, когато се разказват истинските истории за успеха, може би ще добием малко повече самочувствие, че можем да се справяме, че можем да станем много успешна нация.

Сигурно сте забелязали, че мениджърите често не получават общественото внимание, което заслужават. Ние искаме това да се промени. И не само заради мениджърите и техните усилия, заради признанието на техните резултати. А заради нашата гържава, заради посланията, които изпращаме към младите. Заради това, че искаме те да

Там, където жените работят, няма криза

Добри практики, ценен опит и ключови препоръки за насърчаване на лидерството и предприемачеството от дебата "Жените, нежната сила на бизнеса"

Жените могат и трябва да бъдат в сърцето на икономиката - както на национално, така и на глобално ниво. Те са носител на все още неразгърнат икономически потенциал, а бъдещето в управлението принадлежи на нежната половина на човечеството. Но има още много какво да се направи, за да бъдат насърчени те да се реализират пълноценно.

Това са основните изводи от второто издание на форума "Жените, нежната сила на бизнеса", организиран от "Мениджър" и от Обществения съвет на жените в бизнеса, идеята за който възникна по време на първия форум през миналата година. Домакин бе столичният "Гранд Хотел София" при изключително висок интерес.

В двата основни панела - "Жените лидери в корпоративния сектор" и "Добри практики, стил на управление, кариера" - се включиха с мнения, опит и препоръки част от дамите висши мениджъри, които вече са членове на Обществения съвет, както отбеляза председателят на организацията и главен изпълнителен директор на Siemens България Боряна Манолова. Тя откри събитието заедно с редакционния директор на сп. "Мениджър" Максим Майер.

Лидерството е универсална характеристика, то няма пол, но има специфични черти на мъжкото и женското лидерство. С тези гуми столичният кмет Йорданка Фангъркова отвори дискусиите. Тя очерта като отличителни добри качества на женското

лидерство търпението, постоянството, човечността и нежността, отговорността, но и умението да се балансира.

Мнението ѝ за отличителните предимства на жените бе заочено подкрепено и от Микаел Густафсон, председател на Комисията за правата на жените и равенството на половете в Европейския парламент, който поздравя участниците във форума с видеообръщение. "Жените са иновативни, с богат житейски опит. Те със сигурност могат да ни научат нас, мъжете, на устойчивост. А за устойчивото развитие в днешните времена на криза насърчаването на предприемачески дух сред жените става по-важно отвсякога", посочи той.

Трябва да обърнем внимание на бариерите, които пречат на жените да се реализират, защото работната сила, която представяват, е от ключово значение за развитието на глобалната икономика, сподели Джонатан Алън, посланик на Великобритания у нас, който също бе сред основните панелисти. Той очерта като приоритет в насърчителните политики масовото въвеждане на гъвкаво работно време, което ще позволи на жените да се реализират пълноценно и в семейството, и в работата. Това е особено важно за глобалната икономика, която днес работи 24 часа в денонощието, 7 дни в седмицата, добави дипломатът.

Квалификацията в областта на високите технологии е асансьорът, който ще изстрелва не само кариерното израстване, но и икономиките, очерта груга възможност за разгръщане на потенциала на женския пол Саша Безуханова, директор за публичния сектор на "Хюлет-Пакард" в Централна и Източна Европа и развиващите се пазари. Тя цитира данни, според които към 2015 г. в Европа ще настъпи сериозен дефицит от около 700 хил. висококвалифицирани кадри. Затова трябва колкото се може по-бързо да приобщим жените, и то високообразованите, в овладяването на този дефицит, препоръча тя.

По образованост и квалификация българките леко превъзхождат в числови пропорции българите, но съотношението по показател пълна заетост е 51:44% в пол-

Едни от най-ярките представителки на обществото на жените лидери в България - от ляво на дясно: Зоя Паунова, изпълнителен директор на "АстраЗенека България", Боряна Манолова, главен изпълнителен директор на Siemens България, Елена Симеонова, ръководител сектор "Публични и фирмени комуникации" в "Метро Кеш енд Кери", и Петя Димитрова, главен изпълнителен директор на Пощенска банка



Priorin

Мечтаната коса
от корена до върха



www.priorin.bg



Е-България Достъпът до интернет е нещо, с което можем да се гордеем



Публични места - центърът на София, големи и малки заведения като барове, ресторанти из цялата страна - всички те предоставят щедро на своите потребители достъп до Мрежата

Пътували ли сте наскоро в чужбина? Вероятно да. А взехте ли със себе си смартфон, таблет или лаптоп? Вероятно да. Винаги пътуването е свързано с емоции, любопитство, много преживявания, нови познанства и приятелства. А за всички, пътуващи и със своите дигитални устройства - стрес от липсата на нещо, с което сме свикнали в ежедневието си в България - безплатен добър интернет достъп почти навсякъде.

Къде?

Безплатният интернет у нас е наистина гаденост, с която сме свикнали от години и сме доста разглезени, дори не обръщаме внимание на факта, че го има, защото очакваме да е навсякъде около нас, по всяко време, с бърза скорост и съвсем безплатен.

Отиваме на хотел - задължително получаваме или безплатен и общодостъпен, или защитен с парола, но все пак безплатен интернет, без значение в коя точка на страната сме. Дори в най-малкото селце, стига хотелът да е в рамките на стандартното. Пътуващите знаят, че това далеч не е така из Европа. Единици са хотелите, предоставящи добър интернет безплатно и най-често услугата се използва само в лобито, не и в стаите.

Качваме се в такси или автобус - да, вече има таксите и междуградски автобусни линии, които предоставят безплатно използване на интернет на своите пътници. И това е също "Wow!". Надяваме се скоро да имаме нет и в метрото!

Публични места - центърът на София, големи и

малки заведения като барове, ресторанти из цялата страна - всички те предоставят щедро на своите потребители достъп до Мрежата. Да, по-често защитен с парола, но все пак го има. Опитвали ли сте например в Рим, Париж, Дрезден, Цюрих? Единици са кафетериите, които го предлагат, и скоростта обикновено е доста скромна. А в хотелите това е още по-рядко.


Учебни заведения - училища, университети, библиотеки - всички те също предоставят отново без заплащане достъп до интернет, и то с добро качество и добро покритие. Често тези места предлагат и компютри, от които да се използва интернет свободно, така че и хора, които не разполагат със свое устройство, вече имат достъп до Мрежата.

В допълнение на всичко това - повечето семейства през последните лета не тръгват без мобилните си устройства, разчитайки именно и на добрия достъп, без значение къде отсягат - в малко селце, петзвезден хотел край морето или в планината.

Цените

Цените за временен достъп до интернет в Европа се формират по различен начин - най-често това е предплатена услуга, която се купува за няколко часа и може да се използва в рамките на няколко гена. Около евро до пет евро на час е цената. Замислете се и оценете какво имаме ние тук - наистина много, много места с безплатен, в същото време висококачествен интернет.

ДИГИТАЛНИЯТ МАРКЕТИНГ



Ръстът на дигиталния маркетинг е неоспорим и днес въпросът не е дали бизнесът се нуждае от него, а как да го направим по-разбираем, как се измерва ефективността му и как да постигнем повече с него. На следващите страници български и световни експерти по дигитален маркетинг правят дисекция на работещите модели тук и сега плюс няколко крачки напред, за тенденциите в целия онлайн свят, полезни за компаниите.

Facebook като собствена медия

От първите опити за маркетингово приложение на Facebook в България минаха не повече от 6 години. За това време на пазара се случиха граматични промени в моделите, множество експерименти и зашеметяваща гоза въодушевление. Днес можем да обобщим, че моделите са ясни, а добрите практики - леснодостъпни. Ето как Facebook работи за нашия маркетинг

АЛЕКСАНДЪР ВАРОВ е водещ експерт по дигитални медии и дигитален маркетинг, със собствена роля в изграждането на пазара на онлайн реклама в България. Професионалният му опит покрива ключови позиции в Dir.bg, Mail.bg, Investor.bg, Darik Web и др. Сега е управляващ партньор в Design Picnic Studio и Posteffects - консултантска агенция за бизнес развитие в интернет.

И преди, и сега доминиращ комуникационен канал са платените медии, където публикуваме реклама и платено съдържание. В годините преди интернет повечето компании възприемат собствените канали - списания, брошури и други - като малко значими и второстепенни. Още по-малко е можело да се разчита на това, че потребителите могат да споделят своята положителна оценка и тя да достигне до значим брой потенциални клиенти.

През 2009 г. Forester Research предложи концепцията за собствена, платена и заслужена медия. Тя помогна на много мениджъри да разберат и приемат Facebook.

Картината в маркетинга се променя с налагането на Web 2.0 приложенията като Facebook, Twitter, блогове и други. Собствените канали вече имат значимо покритие и измерим модел на ефективност, което ги превърна в задължителна част на дигиталния маркетинг микс. А заслужената медия - препоръките на потребители в блогове, сайтове за ревюта и други - стана ключова благодарение на машините за търсене и споделянето на линкове в социалните мрежи.

Може би помните списанието на Mtel, което се издаваше в 1 млн. тираж и евентуално стигаше до 350 хил. потребители? 4 години след закриването му Mtel има 105 хил. абоната във Facebook, в силна тенденция на нарастване.

Brand Engagement - от абстракция към измеримост

В основата на успеха на Facebook като маркетингов канал стои нарастващото значение на потребителската ангажираност към марката (Brand Engagement). Ангажираността се дискутира сериозно в маркетинговите среди от началото на 90-те. Досега обаче тя беше по-скоро абстракция, отколкото реално измерим показател.

Стратегически Facebook заложи на тази тенденция. Страниците на марки и фирми са точно инструмент за изграждане и управление на ангажираност. Освен че създаде нужния тип потребление, достигащо до над 50% от интернет потребителите, Facebook осигури прости модели за оценка на ефективността.

Как работи?

Да се опитаме да разкажем накратко как работи Facebook. Преди всичко създавате страница на марката, като спазвате простите правила за добро оформление. Набирате абонати основно като използвате възможностите за реклама във Facebook и подкрепяте с различни промоционални игри. Междувременно организирате поток от публикации, като се стремите те да са визуално атрактивни и да предизвикват взаимодействие с потребителите - коментари, харесвания, споделяния и други. Ефективността на своята страница следите през вътрешната статистика на Facebook. Тя погробно представя броя и демографията на абонатите и колко от тях са видели и взаимодействали с публикациите ви.

Поток и покритие

Най-честият проблем пред марките е да организират комуникационно ефективен поток. Практи-

management | profile

АНА КЛИСАРСКА, СНИМКИ ЮЛИАН ДОНОВ,
СТИЛ ГЕРГАНА СТАНКОВА, ГРИМ ЕВГЕНИЯ ТРАЙКОВА



КАЛИН ПЕШОВ:

ДОБРИТЕ КАДРИ ИЗИСКВАТ СПЕЦИАЛНО ОТГЛЕЖДАНЕ

Залагам повече на трудолюбието и химията между хората, отколкото на професионални умения, казва главният изпълнителен директор на "Главболгарстрой"

Има ли рецепта за управление на успешен бизнес?

- Рецепта няма.

- Всеки сам се оправя?

- Има няколко основни правила и другото е индивидуален подход. Най-важното е, че ние сериозно инвестираме в човешките ресурси и се отнасяме към всеки служител по различен начин. В зависимост от неговите желания и възможности го насърчаваме, осигуряваме му обучение и възможност за кариера. Редовно правим обучителни програми, изпращаме наши кадри на обучение в чужбина, ротирате ги на различни позиции. Опитваме се да правим всичко, което е изписано в книжките. Все пак говорим за бизнес, в който работят постоянно 2800 човека.

- Вие сте сред най-големите фирми, нали?

- В строителството сме най-голямата фирма, но не можем да се сравняваме с гигантите в другите браншове. В нашия сектор в България все пак съществува таван и затова сме излезли извън пределите на страната и търсим възможност за реализация в чужбина. Стараем се да поддържаме високо темпо на оборот и размер, затова и все още присъстваме на руския пазар. Наскоро открихме клон в столицата на Катар - Доха, разглеждаме пазара в Северен Ирак, работим и в Косово и Македония.

- Но вие нямате равен старт с другите, винаги сте били с едни гърди напрег.

- Има редици български фирми с по-дълга история от "Главболгарстрой". Пазарът е глобализиран, конкурираме се с всички. Освен това фирмата от много години вече работи в условия на пазарна икономика. От 25 години се състезаваме при равен старт с останалите. Понасяме кризите заедно с тях, радваме се на движението на пазара нагоре заедно с всички.

- Пазарът май трайно се е загържал в низходяща посока.

- За съжаление, да, но на нас това не ни е първата криза. Претърпяхме вече подобен спад със сериозни

финансови проблеми в Русия, когато там се случи рецесията през 90-те години. Свикнали сме, когато пазарът върви добре, да не се разпростираме нашироко, да внимаваме с инвестициите си, да бъдем консервативни, когато всичко изглежда розово. Така успяваме да бъдем по-спокойни, когато нещата не вървят.

- Как изглежда пазарът в България в сравнение с този в другите гържави, където присъствате?

- Приличат си. Силно конкурентен, с много участници на всички търгове - и български, и чужди. Всеки иска да си намери място под слънцето. Определено българският пазар е нискорисков в сравнение с други гържави, където присъстваме, като например Северен Ирак или Африка, но пък е по-динамичен в сравнение с пазарите в Западна Европа. Там нещата са по-регулирани и за нас е по-трудно да се състезаваме.

- Държавата ли ви е основният клиент?

- Не. Това е голяма илюзия. Повечето ни клиенти са частни. 70% от обема ни в Русия е частен. В България публичните обекти са по-интересни и за тях мегите пишат повече, но по-големите ни инвеститори пак са частни. Виждате мола, който изграждаме на Околовръстното шосе. Той е 188 хил. кв. метри. Нашият обем в поръчката е близо 150 млн. лева. Това е един от най-големите подобни центровете в Източна Европа. В бумата изграждахме по десет хотела на година. Но например в Косово инвеститор ни е Делегацията на Европейския съюз.

- С какво смятате, че сте по-добри от другите?

- Ние сме коректни и дисциплинирани. Когато инвеститорът през септември се сети, че иска нов хотел, който да отвори през май, няма кой друг да изпълни такава поръчка. Ние спазваме сроковете си, дори те да са невъзможно кратки. Имаме несравним контрол по качеството, но същевременно си даваме сметка, че няма как да бъдеш най-евтин, най-бърз и най-качествен едновременно. Инвеститорът избира с кой от параметрите да направи компромис.

- Последното правителство се прочу с магистралостроенето. От ваша гледна точка как изглеждат пътищата на родината?

- Преди десетина години, когато тръгнахме към Европа, се дивяхме на уредената инфраструктура там и съжалявахме, че у нас не е така. Сега вече пътуването в Западна Европа не е такъв шок. Постепенно настигахме високите стандарти, пътищата ни стават все по-добри. Но това е въпрос на възможности, защото пътищата изискват сериозни инвестиции, а ние сме малка гържава, и то в криза. Една от големите ползи от влизането ни в ЕС е подобряването на инфраструктурата. Не само пътят, но и екологичната. Искаме следващите поколения да продължават да се радват на хубавата ни природа. И сега ако не я опазим, тя ще загине необратимо. Инфраструктурата, която не се вижда, също е много важна.

- Държавата добър бизнес партньор ли е?

ПРЕДИ И СЛЕД ПЪРВИЯ МИЛИОН

Не всичко започва с нас. България е имала много и успешни предприемачи, от които можем да се учим. За големите герои преди нас, за техния бизнес разказваме в тази поредица.

Братя Симеонови - едни от най-големите банкери на България

Те участват в създаването на първото застрахователно дружество, което има офиси в Лондон, Париж, Берлин, Амстергам и Чикаго

В Русе всеки знае за тях. Иванцица и Стефан Симеонови са двамата от най-известните банкери в България в края на 19. век. И днес сградата на тяхната банка е една от най-красивите в крайдунавския град.

Веднага след Освобождението Русе с неговите над 26 100 жители е най-големият град в Княжество България, най-развитият стопански и търговски център. Неслучайно тук позиционират бизнеса си известните банкери и предприемачи братята Иванцица и Стефан Симеонови.

Двамата са родени в Габрово, в семейството на учител, но се преместват в Търново, а по-късно - в Русе. В крайдунавския град по-големият Иванцица, роден около 1850 г., подхваща търговия и се сдружава с Баба Тонка и синовете ѝ, подпомага преминаването на хъшовете през Дунава. След 1878 г. в очите на съгражданите си е заможен и стабилен човек, при това с минало. Избират го за общински съветник в първия общински съвет на Русе, а през 1881 г. - и за кмет на града.

Брат му Стефан, роден през 1856 г., завършва търговската гимназия в Свищов. Там се влюбва в първата братовчедка на Алеко Константинов, Лукса, и се жени за нея. Родът Константинови е голям и заможен.

През есента на 1883 г. Иванцица Симеонов е избран за депутат и става подпредседател на Третото обикновено народно събрание, чийто председател е Варненско-преславският митрополит Симеон. Иванцица вече е купил няколко тухларни в Русе. Търгува с млечници.

През 1885 г. Иванцица и Стефан Симеонови създават "Банка Братя Симеонови". Първата им голяма сделка са плащанията по гържавния бюджет. Закон от това време регламентира, че те трябва да се извършват само от БНБ. Но Симеонови се свързват с Евлоги Георгиев, който е главен съветник на БНБ, и му обясняват, че с тази дейност ще облекчат гържавната банка. Евлоги Георгиев ги поддържа, а благодарение на политическите контакти на Иванцица те получават разрешение не само да извършват плащания по бюджета, но дори и по част от външните заеми на България.

На 1 октомври 1891 г. в Русе е учредено първото българско застрахователно дружество - "България". Негов заместник-председател е Стефан Симеонов. Любопитна подробност е, че оттук насетне във всички финансови дела на братя Симеонови напред ще е Стефан, а Иванцица ще стои в сянка като основен акционер и ге-

нератор на идею.

Скоро първото българско застрахователно дружество открива свои клонове в София, всички по-големи български градове, както и в Лондон, Париж, Берлин, Амстергам и Чикаго. Дружеството прави всички видове застраховки, познати по онова време, печели добре и скоро се сдобива със собствена сграда по проект на германеца Едуард Винтер, тогава главен архитект на Русе.

През 1892 г. братята печелят търга за строителството на жп линията София - Роман в съдружие с Иван Хаджиенов - бизнесмен, политик и бивш кмет на София. 109-километровото трасе е построено на ръка за по-малко от 4 години, което си е постижение, като се имат предвид многобройните мостове, тунели и гари, запазени и до днес. На 20 февруари 1897 г. новата жп линия е открита с водосвет от Врачанския митрополит Константин. Присъстват княз Фердинанд, княгиня Мария Луиза и министър-председателят г-р Константин Стоилов. Специален гост е сръбският крал Александър, който по това време е на официално посещение в България. Височайшите гости са пристигнали специално от София с влак по новото трасе.

Братята обаче не спират го-тук. През следващите пет години развиват и други проекти - каменноуглени концесии в Тревненския Балкан и оловно-цинков рудник в Босилеградско. През 1900 г. са едни от инициаторите за създаването на първото смесено металургично българо-белгийско дружество.

Най-значимото им дело обаче е създаването на Българска търговска банка. В нея се вливат всички капитали на "Банка Братя Симеонови". Двамата внимателно опипват почвата за новото си начинание. Привличат за инициатори главния директор на дружество "България" Георги Тодоров, както и трима членове на управителния му съвет. Сред останалите сънователи са Константин Бебис, който със синовете си е собственик на международна фирма за търговия с жито, Константин Камбуров и Антон Пиперов, които имат банкерски къщи, и търговците Начо Начов и братя Дренски от Пловдив. Три дни инициаторите проучват и изменят устава,

Перфектно качество и енергийна ефективност за професионална употреба

- Високоэффективна охладителна система за значително намаляване на консумацията на енергия и на експлоатационните разходи
- Серийният интерфейс модул RS 485 и инфрачервеният интерфейс правят възможно свързването в мрежа с централните системи за регистриране на данни и с алармените системи
- Системата за размразяване с горещ газ гарантира време за размразяване само за около 10 минути, без да повишава консумацията на ел. енергия
- Външен корпус от хром-никелова стомана и стабилна вътрешна част с цели странични стени и оребрени скари, устойчиви на корозия и лесни за почистване

modernity харесва



В "Стар трек" капитан Кърк паркура "Ентърпрайз" на Земята

КИНО: СЕЗОН С ПРОДЪЛЖЕНИЕ. Три мегахитове поредици в киносалоните през май ще се борят за опровержение на максимата, че всяко продължение е още по-слабо от предишното. Може би най-благоприятни са изгледите пред "Пропагане в мрака" - втория "Стар трек" на Джей Джей Ейбърмс. Какво се случва ли? Капитан Кърк (Крис Пайн) паркура "Ентърпрайз" на Земята, за да се изправи срещу ужасяваща сила. Целият флот е взривен, а всичко и всички, за които са се борили досега, вече са напуснали техния свят. Със съвсем личен мотив за разплата капитан Кърк повежда хайка, за да залови един човек, превърнал се в оръжие за масово унищожение. Опасни сметки очакват и героя на Вин Дизъл в шестия "Бързи и яростни" - високооктановата гружина на Дом Торето ще трябва да бори престъпни "колеги" в Лондон срещу чисти госчета. Е, поне в третата част на "Ергенски запои" нещата са напрегнати само на майтап - лудата глутница на Фил и Алан трябва да издирят стария си познайтник Чау, потънал сякаш вгън земя.



АЛБУМ НА МЕСЕЦА

RANDOM ACCESS MEMORIES. Голямото френско завръщане е факт! Daft Punk най-накрая пускат четвъртия си албум, натоварен със сериозни очаквания както от фенове, така и от критика. Отдавна звукът на дуото е марка, а участието в албума на мастити имена като Giorgio Moroder и Pharrell Williams е само бонус. Запомнете: това лято всички ще слушат този албум!



ФИЛМ ОТ КНИГА: "ВЕЛИКИЯТ ГЕТСБИ". Няколко причини, заради които тази премиера е една от най-очакваните тази година: Леонардо ги Каприо, който остарява като скъп алкохол и регува силна роля с още по-силна; Баз Лурман, който прави от всичко, до което се докосне, запомнящо се цветно и шумно кино; Великолепният саундтрак, в който са най-любимите имена от съвременната поп сцена. Е, и историята за любовта на самотния мистериозен милионер от класическото произведение на Франсис Скот Фицджералд. Ако трябва да ви задължим да гледате един-единствен филм този месец, несъмнено е този.

На следващите страници четете и интервю с Леонардо ги Каприо.



Столът е на чешкото гизайнерско студио Novague

ЕКОДИЗАЙН: Столът на независимите. Целта на тази концепция е не просто да бъде заснета с всеки смартфон, чийто притежател мине покрай нея, а и да може да го зареди. Екологично чист люлеещ се стол, проектиран така, че да съчетае приятния мързел с производство на енергия чрез кинетичния механизъм под седалката. Ще бъде част от продуктите, представени по време на годишното британско шоу Grand Designs Live. Най-новите примери в екоиновациите, които ще провокират дискусия за енергийната независимост в бъдеще, може да бъдат видени от 4 до 12 май в ExCeL London.

**Библио.бг - платформа за електронни книги и
списания**

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

